

Le fabuleux destin des livres de poche : récit d'une révolution culturelle

1953

En février paraît le premier Livre de Poche (Hachette) : *Koenigsmark*, de Pierre Benoit

1962

Les collections Pocket et 10/18 (Editis) voient le jour.

1972

Le premier roman publié chez Folio : *La condition humaine*, de Malraux.

ABONNÉS



Sur notre site, l'article d'Alain Lallemand sur les 50 ans de Folio.

Ces poches vendus à plus de 2 millions d'exemplaires

L'Étranger d'Albert Camus (Folio) Plus de 9 millions d'exemplaires vendus : c'est la meilleure vente de la collection.

Le Grand Meaulnes d'Alain-Fournier (Le Livre de Poche) Plus de 5 millions : la meilleure vente de la collection.

La Peste d'Albert Camus (Folio) Plus de 4,5 millions.

Vipère au poing d'Hervé Bazin (Le Livre de Poche) Plus de 4 millions.

Le Journal d'Anne Frank (Le Livre de Poche) Plus de 4 millions.

Germinal d'Émile Zola (Le Livre de Poche) Plus de 4 millions.

Des souris et des hommes de John Steinbeck (Folio) Plus de 3 millions.

Le Silence de la mer de Vercors (Le Livre de Poche) Plus de 3 millions.

Paroles de Jacques Prévert (Folio) Plus de 3 millions.

Et si c'était vrai... de Marc Levy (Pocket) Plus de 2,8 millions.

ment chez les petits éditeurs – et, il faut le reconnaître, on ne prenait pas autant de soin à l'édition. Aujourd'hui, on soigne la fabrication, on change de couverture et, de temps en temps, on change le titre aussi. On réalise un travail important d'«emballage».» De plus, ajoute-t-elle, il n'existait pas, ou presque pas, de liaison directe entre l'éditeur de poche et celui du grand format : «Maintenant, on travaille main dans la main, on est impliqués bien en amont, souvent au moment du manuscrit. Notre métier d'éditeur a beaucoup changé, il se rapproche de celui du grand format.»

Béatrice Duval tout comme Antoine Gallimard et Carine Fannius rappellent que le phénomène qui favorise le poche tient aussi à la durée du grand format en librairie : elle est de plus en plus faible, parfois les retours se font trois mois après la publication... «Alors que l'on peut soutenir le poche pendant des années», affirme Béatrice Duval, comme lorsque le livre est recommandé par l'Éducation nationale, et pour cela, il faut qu'il ait été publié en petit format.

Toujours plus de marketing

C'est incroyable d'observer à quel point l'édition de poche est le lieu de toujours plus d'innovations et de marketing – comme dans les secteurs de la jeunesse et de la BD, véritables locomotives. Cette «seconde vie» du livre est sans doute propice à cela. Le poche est dans une recherche constante d'attractivité des lecteurs et, dans cette optique, innove en permanence. Ces innovations ont pour but non seulement d'attirer l'attention sur les romans, mais aussi de susciter le désir du lecteur. C'est comme si le petit format était aux avant-postes des tendances. En cela, il se distingue de la nouveauté.

«Le grand format reste encore un travail artisanal, alors que le poche tend vers un exercice plus proche du marketing, je dirais même presque industriel», souligne Antoine Gallimard qui, il y a huit ans, a nommé à la tête de Folio Anne Assous, ancienne directrice marketing du groupe. C'est aussi un format qui cadre avec les réseaux sociaux. Cela a permis à des auteurs tels que Virginie Grimaldi, Agnès Martin-Lugand, Aurélie Valognes ou Mélissa Da Costa de connaître un destin hors norme via le poche.

L'été est le moment propice aux offres commerciales tous azimuts. Les achats sont plus nombreux à cette saison et en fin d'année, selon GfK. Chaque maison a son prix des lecteurs. Presque toutes proposent l'offre 2 + 1 : un livre offert pour l'achat de deux titres du catalogue. Pour faire lire, il est utile de recourir aux bonnes vieilles recettes.

Mais le poche ne va pas qu'à la plage ; désormais, il cherche aussi à investir l'hiver, période traditionnellement dévolue aux beaux livres cadeaux. On n'hésite plus à offrir le petit format. Il faut dire que les éditeurs rivalisent de propositions, avec des *collectors*, des inédits, des coffrets, des intégrales, des nouveaux *packagings*, etc. On ne cesse de faire du neuf avec du classique.

L'offre est pléthorique. Les libraires doivent pousser les murs. «Le poche est devenu un enjeu majeur», nous indiquait Lionel Destremau, directeur du salon «Lire en poche» à Gradi-gnan, près de Bordeaux, lors d'une édition qui avait pour parrain Jean-Christophe Rufin, de l'Académie française. «Les événements tournant autour de ce format se multiplient. Les budgets ont explosé. Dans ce domaine, des postes de «relations libraires», qui n'existaient pas, se sont créés. C'est que l'édition de poche tire le marché vers le haut, c'est la locomotive. Avant, c'était l'inverse.»

Cinq acteurs dominent le marché : Le Livre de Poche, Pocket, Folio, J'ai Lu et Points. En leur sein, ils ont créé des collections ou sous-collections spécialisées (polar, jeunesse, SF, histoire, essais, poésie...). Mais la concurrence est de plus en plus forte entre eux. Et en même temps, désormais, les petites

maisons ont, elles aussi, décidé de lancer leur propre petit format. Ce qui exacerbe encore plus la concurrence.

Une concurrence exacerbée

Zulma Poche publie de superbes titres de Dany Laferrière (*Pays sans peau*, *Le Goût des jeunes filles*, *L'Odeur du café...*). Les éditions Autrement reprennent des «auteurs phares et des pépites méconnues» de leur catalogue dans leur nouvelle collection, «Les Grands Romans» (*Inconnu à cette adresse*, de Kressmann Taylor...). Actes Sud a son «Babel». L'éditeur d'histoire Perrin a son «Tempus», comme Tallandier a son «Texto». «GF» (Flammarion) s'est imposé. Larousse sort ses «Petits Classiques». Robert Laffont a installé «Pavillons Poche».

Feu Bernard de Fallois, après avoir hésité quand il s'agissait de choisir un éditeur poche pour Joël Dicker et son phénoménal *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert*, avait tout simplement décidé de créer... «De Fallois Poche». Pourquoi laisser à d'autres l'exploitation en petit format d'un grand succès ? C'est la même réflexion qui a poussé Liana Levi à créer sa collection baptisée «Piccolo».

Les Editions de Minuit ont leur «Double», qui pourrait constituer un filon pour Folio depuis que la maison a été rachetée par Gallimard. La «Petite Bibliothèque Payot» a mis les sciences humaines en poche, c'est un franc succès : «C'est devenu un pilier de toute la maison, avec plus de la moitié des revenus», s'enthousiasme Christophe Guias, qui dirige à la fois Payot et la «Petite Bibliothèque», où Freud, Simone Weil, Hannah Arendt, Bergson et Frederick Douglass font partie des meilleures ventes. «On a fait retravailler des textes, travaillé la quatrième de couverture pour rendre les livres accessibles à un public plus large.» Il publiera bientôt, directement en poche, un inédit d'Ella Maillart.

En fin de compte, ces «petits» éditeurs de poche représentent la plus grande part du gâteau, avec plus de 31% du marché !

Tout ce bouillonnement a créé une véritable émulation et change la donne. Il existe même une course au à-valoir, qui n'avait pas lieu jusqu'ici. Le secteur vit un vrai «mercato». On assiste à un système d'enchères extraordinaire si bien que la Foire du livre de Francfort ou celle de Londres (avant la pandémie) étaient le terrain de bagarres mémorables. Certains titres se sont arrachés à prix d'or. La logique de groupe joue davantage : J'ai Lu ne va pas surenchérir sur Folio (groupe Gallimard-Flammarion), tout comme Pocket sur 10/18 (Editis).

La fusion annoncée entre ce dernier et Hachette interroge sur le sort de leurs collections. «La concurrence est telle que l'on s'engage désormais très en amont», dit Carine Fannius. «D'ailleurs, on est sollicités par les auteurs, qui nous demandent désormais des comptes et exigent que l'on organise des événements autour du poche. On essaie de réaliser des lancements simultanés entre les deux formats, histoire de créer un cercle vertueux : le grand soutient le petit, et *vice versa*.» Cette synergie est à présent incontournable. «Avec 40 nouveautés en poche par mois, la pression est maximale», souffle la directrice des activités du pôle poche d'Editis. Et chacun guette les auteurs qui «tombent» dans le domaine public avec un appétit d'ogre.

Après, il y a le Graal de l'éditeur de poche : trouver une pépite parmi les grands formats qui se sont mal ou peu vendus. On songe au premier roman de Mélissa Da Costa, *Tout le bleu du ciel* : 10.000 exemplaires chez Carnets Nord (ce qui était déjà un joli score). Au Livre de Poche, il en est à 625.000... «Il n'y a pas plus gratifiant», sourit Béatrice Duval.

On réalise un travail important d'«emballage». Notre métier a beaucoup changé, il se rapproche de celui du grand format

Carine Fannius éditrice



Les premiers romans parus chez Folio en 1972 sont *La Condition humaine*, de Malraux (n° 1), *L'Étranger*, de Camus (n° 2), *Les Poissons rouges*, de Jean Anouilh (n° 3), *Hiroshima mon amour*, de Marguerite Duras (n° 4)... L'affaire a beaucoup grandi, à tel point que Folio représente la moitié du chiffre d'affaires de Gallimard ! Depuis sa création, ce sont 468 millions d'exemplaires vendus, soit 50 Folio par minute, affirme-t-on fièrement rue Gaston-Gallimard, dans le 7^e arrondissement de Paris. Autre fierté de la maison : près des trois quarts des nouveautés en petit format sont issues du fonds, et le dernier quart provient des catalogues extérieurs au groupe, la collection travaillant avec une centaine d'éditeurs.

Les raisons du succès

Pourquoi le poche plaît-il autant ? Tous les éditeurs s'accordent à dire que le prix joue un rôle crucial : près de 7 euros en moyenne, quand celui des grands formats atteint près de 18 euros. Chez les classiques, on trouve les plus grands textes pour 2 à 4 euros. «Ne pas être cher est un atout incroyable. Le lecteur peut prendre le risque d'acheter un auteur qu'il ne connaît pas, c'est très vrai pour les éditions 10/18 qui publient beaucoup de littérature étrangère», souligne Carine Fannius, directrice générale des activités du pôle Poche chez Editis, qui rassemble Pocket, 10/18 et PKJ en jeunesse.

Est-ce pour cette raison que chez Folio, la moitié des lecteurs a moins de 40 ans ? En tout cas, on a pu observer

l'effet au rayon «sciences humaines». «Le prix a longtemps été un frein, notamment pour les étudiants», estime Sophie Kucoyanis, responsable des collections Folio essais, Folio histoire et Folio actuel. «Dans ce domaine aussi, le poche a eu une carte à jouer, et les ouvrages, bien édités, de belle facture, bon marché, séduisent de plus en plus. D'autant que le format se rapproche davantage d'une communication via les réseaux.»

Le prix est important, mais pas seulement. «Le poche plaît parce qu'il représente le beau mariage du classique et du contemporain», explique Antoine Gallimard. «Il n'a jamais cessé de s'améliorer, avec des changements de couverture, de titres parfois, une nouvelle édition en cas d'adaptation au cinéma, ou une préface, un dossier d'analyse... Le poche est vivant. Il ne s'agit plus de reprendre le grand format et de le réduire. On améliore la qualité, la diffusion, sa durée de vie est bien plus longue, et je dirais plus dynamique.» Belle illustration de cette dynamique avec *La Délicatesse*, de David Foerkinos, qui a dépassé le million d'exemplaires et fait passer l'auteur dans une autre dimension.

«Cela fait vingt ans que je suis dans le poche», raconte Carine Fannius (dix années chez J'ai Lu, sept au Livre de Poche et depuis trois ans chez Pocket et 10/18). «Il y a vingt ans, éditer un livre en poche, en gros, était relativement simple : on regardait la liste des best-sellers et on les passait en petit format. La concurrence était moins forte – on n'était pas aux aguets de tout ce qui pouvait se publier, notam-